



Република България  
ИКОНОМИЧЕСКИ  
И СОЦИАЛЕН СЪВЕТ

## **СТАНОВИЩЕ**

на тема

**СЪСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВИ**

**НА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ**

(разработено по собствена инициатива)

София, 2011 г.

В Плана за дейността на Икономическия и социален съвет за 2011 г. е заложено разработване на становище по собствена инициатива на тема:

**Състояние и перспективи  
на културно – историческия туризъм в България.**

Съгласно приетия план, становището е разпределено за разработване от Комисията по регионална политика, устойчиво развитие и околна среда и Комисията по икономическа политика.

С решение на двете комисии за докладчик по становището бе определена г-жа Донка Соколова, член на Съвета от трета група, представител на организациите на жените.

В работата по подготовка на становището бяха привлечени като експерти доц. Николина Попова и доц. Даниела Колева.

На свое съвместно заседание от 13.05.2011 г. Комисията по регионална политика, устойчиво развитие и околна среда и Комисията по икономическа политика приеха проекта на становището и го предложиха за обсъждане и приемане от Пленарната сесия.

На Пленарна сесия от 28.06.2011 г. Икономическият и социален съвет прие настоящото становище.

## СЪДЪРЖАНИЕ

I. ВЪВЕДЕНИЕ.....	4
II. КУЛТУРНО–ИСТОРИЧЕСКИЯТ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ - ХАРАКТЕРИСТИКИ И РАЗВИТИЕ .....	5
1. Състояние и тенденции на отрасъл „Туризм“ .....	5
2. Същност на културно-историческия туризъм .....	7
3. Културно–историческият потенциал на България .....	8
4. Пространствена характеристика на културно-историческите ресурси в България .....	8
5. Особенности на туристическото предлагане и търсене като фактори за развитие на културно-исторически туризъм .....	10
III. ПРЕДПОСТАВКИ, ПРОБЛЕМИ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНО - ИСТОРИЧЕСКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ.....	12
1.1. Силни страни .....	12
1.2. Слаби страни .....	14
1.3. Възможности .....	16
1.4. Заплахи .....	16
IV. ОСНОВНИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ.....	17

## ПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ

STG	Група за устойчив туризъм
ЛоCuS/ЛоКуС	Локална културна система
МИЕТ	Министерство на икономиката, енергетиката и туризма
ПК	Паметник на културата
ПЧП	Публично-частно партньорство
ТИЦ	Туристически информационен център

## I. ВЪВЕДЕНИЕ

Развитието на културно-историческия туризъм в България е важен фактор за повишаване на конкурентоспособността на целия сектор чрез устойчиво и балансирано усвояване на културния и природен ресурсен потенциал и повишаване на ефективността на регионалния туристически продукт.

Насоките за развитие на културно-историческия туризъм в България са тясно свързани с един от трите основни приоритета на Стратегия „Европа 2020“ – устойчив растеж чрез насърчаване на по-екологична и по-конкурентоспособна икономика с по-ефективно използване на ресурсите. Сред очакваните приноси на българските региони за реализацията на бъдещата кохезионна политика на ЕС, имащи пряко отношение към развитието на културно-историческия туризъм, се посочват **културата и културно-историческите паметници**. Ето защо в становището са застъпени *основните характеристики и особености в пространственото им разположение от гледна точка на новите подходи към пространствената организация, координация и териториалното управление на културно-историческия туризъм.*

Настоящото становище, очертаващо насоките за развитие на културно-историческия туризъм в България, е разработено в контекста на основните стратегически документи на ЕС (Стратегия „Европа 2020“ от 17 юли 2010 г., Зелена книга за териториално сближаване и др.) и на националните и секторни стратегически документи, насочени към реализиране на Политиката за териториално сближаване.

В становището се съдържат основни констатации, изводи и препоръки за предприемане на мерки на национално ниво, насочени към преодоляване

на несъответствията в териториалното развитие на културно-историческия туризъм и постигане на по-пълноценно и ефективно използване на съществуващите възможности и потенциал. Те очертават решаването на проблеми в ключови области – *инфраструктура, развитие на продукта на културно-историческия туризъм, маркетинг и реклама, институционализиране, нормативно регулиране и информационно обезпечаване*, за устойчиво и балансирано териториално развитие на културно-историческия туризъм на национално ниво.

## **II. КУЛТУРНО – ИСТОРИЧЕСКИЯТ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ – ХАРАКТЕРИСТИКИ И РАЗВИТИЕ**

### **1. Състояние и тенденции на отрасъл «Туризъм»**

1.1. Туризмът е приоритетна сфера на икономическа дейност в България поради очакваното стимулиращо влияние върху развитието на селското стопанство, хранителната и леката промишленост, строителството, транспорта, редица съпътстващи услуги от производствената и непроизводствената сфера и други. През последните години туризмът трайно генерира около 12% от БВП, с което се свързват и очакванията инвестициите в туристическия сектор да генерират също 12% от БВП. Имайки предвид обстоятелството, че в редица европейски страни за развитие на културно-исторически туризъм се насочват около 30% от инвестициите в туризма, то очевидно е, че развитието на културно-историческия туризъм в България обективно следва да се обвърже с ефективното усвояване на средства от Европейските структурни фондове чрез осигуряване на синергия /надграждане/ на проектите с цел постигане и повишаване на териториална ефективност от развитието на културно-историческия туризъм (за България са предвидени 6,8 млрд. евро в сферата на политиката за приобщаване към Европейската общност).

1.2. В България туризмът осигурява сравнително голяма заетост на работната сила - заетите в хотелиерството и ресторантьорството съставляват около 4,5% от общия брой заети в страната (108 878 души през 2008 г. и 102 068 - през 2009 г.<sup>1</sup>). Според експертна оценка на туристическия бранш (БАТА, БТК, АБТТА) заетите в туризма съставляват около 350 000 души. Немалка част от заетите в «други икономически дейности», според официалната статистика - култура, спорт и развлечения, транспорт и др. (разписани в Закона за туризма като «предоставяне на допълнителни туристически услуги - чл.3,ал.3), също осигуряват развитието на туризма в страната, но не се регистрират статистически и не се отчитат системно. Това силно затруднява и ограничава разработването на сравнителни анализи за териториалното развитие на културно-историческия туризъм.

1.3. Повишаването на дела на културно-историческия туризъм в световен мащаб посредством активна социализация и туристическа трансформация на културно-историческото наследство е доказателство за потенциала му да се превърне във фактор за устойчиво и балансирано териториално развитие на туризма.

1.4. В Стратегическия план за развитието на културния туризъм в България, изработен през 2009 г. под ръководството на проф. Пиетро Джовани Гуцо, се подчертава, че подкрепата за културно-историческия туризъм би имала мощен антикризисен ефект и би могла удачно да се съчетае с класическия курортен туризъм, повишавайки качеството на националния туристически продукт.

---

<sup>1</sup> Статистически справочник, 2010, с.45

## 2. Същност на културно-историческия туризъм

2.1. Настоящото становище за развитието на културно-историческия туризъм в България се основава върху разбирането за същността му като **«пътувания, чиято основна или съпътстваща цел е посещение на обекти и прояви, чиято културно-историческа ценност ги е превърнала в част от културното наследство на дадена общност»**. Важна особеност на културно-историческия туризъм според тази дефиниция е допускането, че посещението на културно-исторически обекти и прояви, свързани с културното наследство не е непременно основен мотив за пътуване. В този контекст културно-историческият туризъм рядко се провежда в «чист» вид и най-често се комбинира с други традиционни и специализирани видове туризъм. Тази съществена особеност разкрива възможностите за повишаване на ефективността на националния туризъм чрез развитие на културно-исторически туризъм – чрез усвояване и интегриране на културно-историческите ресурси в регионалния туристически продукт и разработването на тази основа на национален туристически бранд България.

2.2. Ключовата категория в посочената дефиниция е понятието «културно наследство», в което се включва *нематериалното и материалното недвижимо и движимо наследство като съвкупност от културни ценности, които са носители на историческа памет, национална идентичност и имат научна или културна стойност* (Закон за културното наследство, Чл. 2., ал.1).

2.3. От гледна точка на развитието на културно-историческия туризъм, съдържателният обхват на понятието за културно наследство обуславя прилагането на комплексен подход - освен традиционните археологически и исторически паметници се включват архитектурата, художественото наследство, етнографското наследство, музейната инфраструктура и

културният пейзаж и придобиващото в последно време особено голямо значение религиозно наследство – християнски храмове, както и храмове на други религии.

### **3. Културно-историческият туристически потенциал в България**

3.1 Особеностите на културно-историческите ресурси – туристическа атрактивност, видово разнообразие и обем, обуславят основните териториални характеристики на културно-историческия туристически продукт – капацитет, комфортност, устойчивост и други, а така също и техния функционален профил и специализацията.

3.2. Настоящото становище се базира на разбирането за туристическия продукт, включително културно-историческия, като включващ:

1/ **първичната инфраструктура /предлагане/** – наличие на културно-исторически обекти и прояви, които привличат туристите;

2/ **вторичната инфраструктура /предлагане/** – наличие на различни видове заведения за настаняване и хранене;

3/ **третичната инфраструктура /предлагане/** – елементи на специализираната туристическа инфраструктура, които опосредстват процеса на потребление при взаимодействието с културно-историческите атракции.

### **4. Пространствена характеристика на културно-историческите ресурси в България**

На база собствени проучвания са разкрити основните особености в териториалното разпространение на основните видове културно-исторически ресурси, имащи статут на паметник на културата с национално значение -



археологически, архитектурни, религиозни и етнографски музеи, исторически места и обекти, резервати – културни ценности.

4.1. На територията на България се намират над 1220 недвижими паметници на културата /ПК/ с национално значение. С особено висока стойност са резерватите – паметници на културата. Те се отличават със значителен обем /общо 49/, широк географски обхват и включват: 22 архитектурно-исторически ПК; 23 историко-археологически резервати, включително Тракийската гробница, Свещари и Мадарския конник /под егидата на ЮНЕСКО/; 3 архитектурно-археологически, включително старинната част на град Несебър /под егидата на ЮНЕСКО/ и един исторически резерват /до град Свищов/. Културно- историческото наследство включва и голям брой архитектурно-етнографски обекти, два открити етнографски комплекса /«Етър» и ареален комплекс Златоград/, музейна мрежа от над 200 музеи, включително художествени галерии и голям брой християнски религиозни обекти – църкви и манастири. Най-голяма териториална концентрация /над 100 броя/ на недвижими ПК с национално значение има в 3 области - Велико Търново, Пловдив и София-област /17.8%/.

4.2. Пространственото разположение на обектите е с *дисперсен характер* и сравнително равномерно разпределение в Западна и Централна България. Техният брой като цяло е по-ограничен в Черноморския район. По отношение на пространствения баланс на културно-историческите ресурси, конкурентно предимство има вътрешността на страната.

4.3. Териториалните локализации на културно-историческите ресурси са предимно в по-големи градове и населени места с концентрация на архитектурни паметници и добре запазена възрожденска архитектура (София, Пловдив, Копривщица, Велико Търново, Несебър и др.), или там,

където има голям брой археологически обекти (Пловдив, Велики Преслав, Каспичан, Несебър, Казанлък и др.).

4.4. Установена е сравнително голяма степен на съответствие (припокриване и съседство) между общините с най-голям брой и видово разнообразие на културно-историческите обекти и общините, формиращи 13 ЛоКуСи (Локални културни системи) според Стратегическия план за развитие на културния туризъм в Република България (2007-2009). Такива общини са София, Пловдив, Велико Търново, Казанлък, Несебър и Варна. Тези общини следва да играят ролята на основни териториални локализации, чиято специфика създава идентичност на културно-историческия туристически продукт и е в основата на разработването на туристически бранд за повишаване на конкурентоспособността и районната ефективност на туристическата дейност.

## **5. Особенности на туристическото предлагане и търсене като фактори за развитие на културно-исторически туризъм**

### **5.1. Туристическо предлагане**

Материално-техническата база на туризма /леглови капацитет/ и специализираната инфраструктура /туристически информационни центрове/ се характеризират със следните особености:

#### **5.1.1. Леглови капацитет**

- Висока степен на териториална концентрация на туризма в Черноморския туристически район и в планинските туристически комплекси за зимни спортове;

- Трайна тенденция към нарастване на регионалните различия в развитието на туризма;

- Поддържане на ниска средногодишна заетост (около 30%) на настанителната база - ключов проблем, свързан в голяма степен с все още

ограниченото туристическо предлагане на културно-исторически продукт, способно да задържи посетителите в места с културно-исторически забележителности за поне едно денонощие, т.е. да ги превърне в туристи, както и със слабостите на националния туристически маркетинг;

- Начален процес на териториална диференциация на туристическото предлагане, свързан, с, макар и по-слаба, териториална концентрация на туристическо производство във вътрешността на страната - в общини с по-големи и по-малки градове /Русе, Стара Загора, В. Търново и други/, развиващи на първо място културно-исторически туризъм.

#### 5.1.2. Туристически информационни центрове (ТИЦ)

- ТИЦ са едни от най-важните елементи на културно-историческия туристически продукт, с помощта на които се произвежда широк набор от туристически услуги, свързани в голяма степен с потреблението/взаимодействието на туристите с атракциите - основен мотив за предприемане на пътуване. В страната е изградена добра мрежа с приблизително равномерно териториално разположение на регистрираните в МИЕТ ТИЦ – 29 в Северна България и 36 в Южна България. Местоположението на ТИЦ покрива територии със значителен културно-исторически ресурсен потенциал и е обективна предпоставка за разработване на качествен туристически продукт, респективно повишаване на неговата конкурентоспособност.

- Освен регистрираните в МИЕТ ТИЦ съществуват около 20 (според собствени проучвания) други ТИЦ с разнообразни наименования. Основните проблеми са свързани, на първо място, с липсата на правно регламентиран номенклатурен списък на различните видове информационни центрове, на функциите, организационната структура и други важни аспекти, което води не само до значителен терминологичен разнобой, но и ги прави неефективни за подобряване на качеството на туристическия продукт.

#### *5.2. Туристическо търсене*

5.2.1. През последните години се наблюдава благоприятна тенденция за повишаването на ролята на българския пазар в развитието на вътрешния туризъм и по-конкретно на културно-историческия туризъм.

5.2.2. Българският туристопоток се насочва към места, наложили се като *центрове на културно-исторически туризъм* – най-вече Велико Търново, Пловдив, Русе и други, но също и към места, предлагащи наред с културно-историческия туризъм и други видове туризъм (като спа/балнеоложки продукт) – Хисаря, Велинград, Сандански, Кюстендил, Сапарева баня и др.

5.2.3. Туристическите пътувания на българските граждани се характеризират с *увеличаване на броя на нощувките* за периода 2001 – 2009 г. с 10%.

5.2.4. Българският туристопоток поддържа *традиционно ниска стойност на среден престой – 2.4 дни*, което разкрива предимно крайноседмични и празнични пътувания, характерни най-вече за практикуване на културен и други специализирани видове туризъм.

### **III. ПРЕДПОСТАВКИ, ПРОБЛЕМИ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ**

Най-важните предпоставки и проблеми за развитието на културно-историческия туризъм са изведени на базата на **SWOT – анализ на България като дестинация за културно-исторически туризъм.**

#### **1.1. Силни страни**

- Географско положение и транспортна достъпност/отвореност на държавните граници - 35 ГКПП ;

- Относителна близост до основни емитиращи пазари и до основни туристически дестинации;
- Богато културно наследство от различни исторически епохи;
- Голямо видово разнообразие на културното наследство като предпоставка за създаване на качествен туристически продукт;
- Благоприятно териториално разположение на културно-историческите паметници, характеризиращо се с голям брой и равномерно разпределени териториални локализации;
- Съхранен автентичен местен фолклор;
- Наличие на уникална за Европа и света културна институция – читалище, с потенциал за ключово участие и интегрираща роля в създаването на културно-исторически туристически продукт;
- Развита музейна мрежа с пространствена йерархичност в управлението;
- Богат културен календар с международни и национални прояви;
- Настанителна база с голям капацитет, добро качество и видово разнообразие;
- Голям брой ВУЗ и професионални училища с програми по туризъм, включително и специализирани магистърски програми по културен туризъм;
- Равномерно териториално разположение на ВУЗ и професионални училища с програми по туризъм, благоприятстващо задоволяването на регионалните потребности от туристически кадри и предлагането на квалификационни курсове по туризъм на местното население за повишаване на трудовата заетост;
- Множество туристически неправителствени организации, включително и в областта на културно-историческия туризъм;

- Създадени туристически райони, стимулиращи процеса на клъстеризация, , включително в сферата на културно-историческия туризъм;
- Разработен Стратегически план за развитие на културния туризъм в България;
- Повишена инициатива от страна на частния сектор за рекламиране на българското културно наследство – кампанията на в. “Стандарт” за “Чудесата на България”.

## **1.2. Слаби страни**

- Липса на политика за туристическото развитие на България като културно-историческа дестинация;
- Липса на разпознаваем имидж на културно-историческата туристическа дестинация България;
- Ниско качество на общата техническа инфраструктура - лоша транспортна достъпност до културно-историческите обекти, включително такива под егидата на ЮНЕСКО, сериозни проблеми със санитарно-хигиенната мрежа в обектите и населените места;
- Ниска степен на благоустройство на средата за културно-исторически туризъм – селищна и извънселищна ;
- Лошо поддържан интериор, сграден фонд и средства за експониране в редица музеи и други културни обекти;
- Недостатъчен капацитет на настанителната база в редица места с културно-исторически обекти;
- Проблеми с опазването, поддържането и експонирането на културно-исторически обекти;
- Ниска степен на трансформиране на културно-историческите обекти и прояви в туристически атракции - изграждане на специализирана туристическа инфраструктура и съвременни технологии в обектите;

- Липса на регистър на културно-историческите обекти с туристическо значение за външния и българския пазар;
- Липса на регистър на паметниците на културата с туристическо значение, които са публична държавна собственост;
- Липса на представяне на културно-историческото наследство на България в международните интернет-търсачки;
- Ограничен брой разпознаваеми туристически продукти на вътрешния и външния туристически пазар;
- Минимално рекламno представяне на културно-историческите обекти на вътрешния и външния пазар с използване на съвременни тематични подходи и методи ;
- Липса на проучвания за ефективността на използваните рекламни методи и средства за популяризиране на българското културно наследство в чужбина, например външната комуникационна кампания “България на длан”;
- Липса на функционална и териториална интеграция между културно-посетителските центрове и туристическите информационни центрове;
- Недобра стационарна информационно-указателна система и минимално предоставяне на туристическа информация в обектите;
- Липса на критична маса дестинационни туроператори, предлагащи културен туризъм;
- Ограничен опит и липса на съгласуваност в публично-частното партньорство и кооперирането във всички сфери на туризма;
- Свърхзастрояване на зони с културно-исторически туристически ресурси – Несебър, Созопол и други;
- Незадоволително ниво на туристическо обслужване в културно-историческите обекти поради слаби езикови, продажбени, междуличностни и други професионални умения;
- Текучество на заетите в туризма.

### **1.3. Възможности**

- Повишено търсене на културно-исторически туризъм в глобален, регионален и национален план;
- Повишаване на туристическото търсене на база териториална и етническа близост, респективно от съседните балкански страни и страни със значително българско население;
- Транспортна обвързаност на България /единствена от страните на Балканите/ с европейските страни чрез 6 европейски транспортни коридора;
- Стратегията на ЕС за Дунавския регион за насърчаване на регионалното и трансграничното сътрудничество чрез програми за опазване на културното и историческото наследство, както и подпомагане на нови културни индустрии;
- Финансиране на туристическото развитие чрез широк набор от европейски фондове;
- Навлизане на нискобюджетни авиокомпании в българския въздушен транспорт.

### **1.4. Заплахи**

- Засилващата се глобална вълна от тероризъм ;
- Влошаване на имиджа на България на отделни туристически пазари;
- Глобалната финансово-икономическа криза, водеща до забавени и намаляващи темпове на туристическите посещения в България.



#### IV. ОСНОВНИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

1. ИСС обръща внимание, че България разполага с богат, разнообразен, но недостатъчно усвоен ресурсен потенциал за развитието на културно-историческия туризъм.

2. Съветът изразява своята позиция, че устойчивото развитие на българския туризъм е тясно свързано с развитието на културно-историческия туризъм, създаващ предпоставки за :

2.1. Диверсификация на националния туристически продукт, респективно подобряване на качеството му;

2.2. Смекчаване на силно изразената сезонност на националния туристически продукт чрез възможностите за целогодишното му практикуване;

2.3. Повишаване на средногодишната заетост на настанителната база по Черноморското крайбрежие и в планинските туристически комплекси, поради близостта им до важни териториални локализации на културно-исторически ресурси;

2.4. Подобряване на заетостта на настанителната база в редица градове с културно наследство, разчитащи понастоящем предимно на делови посещения;

2.5. Създаване на трудова заетост в места с културно-историческо наследство, особено сред младите, завършили професионални средни училища по туризъм и сред по-възрастното население, например пенсионирани учители, чиято професионална квалификация позволява предлагане на специализирани услуги, свързани с интерпретация на местния бит и култура, планинско водачество и други;

2.6. Повишаване на регионалната ефективност на туризма, респективно повишаване на конкурентоспособността на културно-историческия продукт чрез прилагане на нови форми за пространствена

интеграция /туристически зони, туристически коридори, туристически вериги/ при усвояване на културно-историческите обекти.

3. ИСС е убеден, че посочените ефекти от развитието на културно-историческия туризъм в България обосновават неотложната необходимост от формулиране на **Национална туристическа политика** и разработването на **Стратегия за развитие на културно-исторически туризъм в България**, определящи основните дългосрочни **цели и приоритети** пред публичния сектор, органите на местно самоуправление и туристическия отрасъл в страната.

4. Според ИСС развитието на културно-историческия туризъм в България следва неотложно да преодолее редица важни проблеми - особено в такива области като общата техническа и специализираната туристическа инфраструктура, туристическата валоризация на културно-историческите ресурси, рекламата и квалификацията на специалисти. Съветът е твърдо убеден, че тези сфери изискват концептуални решения и широко съгласуване между публичния и частния сектор и органите на местно самоуправление, определящи за постигане на основни стратегически цели за развитие на културно-историческия туризъм в следните насоки:

4.1. *Създаване и налагане на разпознаваем имидж на България като туристическа дестинация за културно-исторически туризъм.*

4.2. *Разработване на устойчиви и конкурентоспособни туристически продукти в областта на културно-историческия туризъм.*

5. ИСС подчертава неотложната необходимост от интервенция на национално, регионално и местно ниво в следните ключови проблемни области:

- Инфраструктурно развитие;
- Продуктово развитие;

- Реклама на България като дестинация за културно-исторически туризъм;
- Институционално развитие;
- Развитие на кадрите.

6. Според ИСС особено внимание следва да се обърне на **инфраструктурното развитие**. Развитието на устойчив културно-исторически туризъм като инструмент за социално-икономически растеж е тясно свързано с инициативи за подобряване на достъпността, транспортните връзки и комуникации на регионално и местно ниво.

7. Съветът счита за необходимо **в средносрочен и дългосрочен период да се предприемат стъпки**, насочени към:

7.1. Приоритетно изграждане на:

- пътища II и III клас, водещи до културно-исторически обекти с голяма туристическа ценност за вътрешния и/или международния туристически пазар;
- транспортна система, интегрираща чрез Дунавския коридор № 7 осемте области (Видин, Монтана, Враца, Плевен, Велико Търново, Русе, Разград, Силистра – с общо население 1 554 940 души, представляващо 20 % от населението на България), чиито интереси се обхващат от Дунавската стратегия;
- транспортна система, свързваща градовете на река Дунав с европейските транспортни коридори № 4 и № 9, водещи към Гърция и Турция;
- недовършената отсечка на автомагистрала “Хемус”, свързваща европейските транспортни коридори № 4 и № 9;

- транспортна отсечка "Тракия" – "Марица", осъществяваща връзка с два европейски коридора и играеща роля на фактор, интегриращ териториално европейското макрорегионално пространство, което има значение за развитие на трансграничен културно-исторически туризъм между България, Гърция и Турция.

- инфраструктурни съоръжения към културно-туристически обекти с международно и национално значение за подобряване на достъпа (обезопасяващи, вкл. за инвалиди и др.).

7.2. Подобряване на нивото на транспортна и туристическа информация чрез:

- общи и тематични информационни структури (включително англоезични табели за населените места, културно-историческите туристически обекти, административни обекти, информационни табла и карти и др.);

- англоезична информация в градския транспорт и други.

8. ИСС изразява убеждението, че е целесъобразно **развитието на продукта на културно-историческия туризъм** да се основава на прилагането на залегналия в Стратегия „Европа 2020“ водещ принцип на партньорство с широк кръг заинтересовани страни за изграждането на партньорски взаимоотношения с Института за паметниците на културата, музейните администрации и техните регионални структури, читалищната администрация, Българската православна църква, Дирекциите на националните и природните паркове, в чиито предели са разположени както природни, така и културно-исторически обекти, академичните институти, регионалните и местни администрации и структури, управляващи и стопанисващи ключовите за даден район културно-исторически обекти.

9. Според Съвета е необходимо съгласуване и обединяване на усилията на всички заинтересовани страни при предприемане на проучвателни, правно регламентиращи, инвестиционни и други дейности за:

9.1. Разработване на методика за оценка на туристическата ценност/атрактивност на обектите на културното наследство за вътрешния и външния туристически пазар в сътрудничество с културните институции, академичните заведения, туристическия бизнес и местната власт ;

9.2. Разработване на регистри на обектите на културното наследство и тяхната валоризация за определяне на степента им на атрактивност/ценност за вътрешния и международния пазар, както и на културните прояви;

9.3. Съставяне на регистър на паметниците на културата с туристическо значение, които са публична държавна собственост;

9.4. Съставяне и поддържане на конкурентна позиционираща карта на културно-историческите обекти и атракции, обект на регулярна актуализация;

10. ИСС настоява за въвеждане на критерий *“туристическа ценност”* на културно-историческите обекти и прилагането му в устройствените схеми и планове на общините, попадащи в регламентираните в чл.7 на Закона за устройство на територията 5 вида територии със специфични характеристики, в случая - “културен ландшафт”. ИСС е убеден, че това се налага от обективната зависимост на териториалната организация на туризма от устройството на територията;

11. ИСС счита за необходимо разработването и реализирането на Национална програма за реставрация, социализация и туристическа трансформация на обекти за културно-исторически туризъм - публична държавна собственост в съответствие с проведената валоризация на национално, регионално и местно ниво;

12. Съветът настоява за разработване на концепция за културно-исторически туристически продукт /тематични продукти и маршрути/ с прилагане на иновативен подход и в сътрудничество с културните институции, академичните заведения, туристическия бизнес и местната власт;

13. ИСС акцентира върху необходимостта от въвеждане на съвременни форми на продажби и дистрибуция - създаване на он-лайн билетни центрове, електронни билети, комбинирани билети за различни обекти и т.н.

14. Съветът предлага да се въведат данъчни и други икономически стимули за развитието на културно-историческия туризъм в общини с висока ценност и концентрация на културно-исторически обекти с цел привличане на инвестиции, създаване на заетост, прилагане на технологични иновации и постигане на ефективност от развитието на културно-историческия туризъм;

15. ИСС подчертава неотложната необходимост **маркетингът и рекламата на България като дестинация за културно-исторически туризъм** да се основават на разработването и налагането на национален туристически бранд на България като културно-туристическа дестинация. Във връзка с това Съветът препоръчва:

15.1. Създаване и популяризиране на туристически портал на „Културно-туристическа дестинация България“ за българи;

15.2. Включване на най-ценните/атраktivните за чуждестранния туристически пазар културно-исторически обекти в международни търсачки за намиране на пряк “излаз” до международните пазари на културно-исторически туризъм;

15.3. Използване на новите информационни технологии за провеждане на външни комуникационни кампании, по аналогия с кампанията “Чудесата на България”, насочени към целеви пазари;

15.4. Организиране на рекламни кампании\_за популяризиране на културно-историческите туристически атракции сред етническите българи в чужбина;

15.5. Разработване на концепция за рекламен дизайн на билетите за музеите и другите културно-историческите обекти, по примера на Истанбул, Милано и други културни градове в Европа и света, които да играят ролята и на сувенири;

15.6. Разработване на иновативна концепция за изработка на сувенири, тематично обвързани с културно-историческите атракции;

15.7. Разработване на иновативна концепция за имиджови и продуктови печатни рекламни материали;

15.8. Функционално интегриране на посетителските центрове при културно-туристическите обекти с туристическите информационни центрове, включително по отношение на предоставяне на информация, рекламни материали, резервационна и друга дейност;

15.9. Стимулиране на членството на общини с културно-исторически атракции в международни, национални и регионални туристически и продуктови организации, по примера на град Перник – член на международната федерация на фестивалните градове, град София и „Маркетинг на Европейските градове” и други;

15.10. Разработване на устойчив механизъм за координиране и провеждане на единна маркетингова политика за развитие на културно-историческия туризъм на трите пространствени нива – национално,

регионално и местно, както и между органите на властта и туристическия бранш.

16. ИСС разглежда **институционалното развитие** като важен фактор за постигане на конкурентоспособност на културно-историческия продукт. Подобряването на взаимодействието между публичния сектор – местна власт, неправителствени организации в туризма и частния сектор - туристически бизнес и свързаните с туризма бизнес дейности, е ключово за постигане на стратегическите цели за разработване и предлагане на качествен и конкурентоспособен продукт.

17. ИСС е убеден, че **е необходимо**:

17.1. Да се ускори процесът за законово регламентиране на възможностите за публично-частно партньорство и използването им за реализация на дейности в ключовите проблемни области, свързани с развитието на културно-историческия туризъм;

17.2. Да се използват по-широко инструментите на финансовия инженеринг според Стратегия “Европа 2020” и да се премине от традиционното, базирано на субсидиите финансиране към нови начини за комбиниране на помощи и заеми. Съветът счита, че координацията на проектите, субсидирани от ЕС чрез съвместна разработка и реализация по линия на публично-частното партньорство ще доведе до постигане на синергия, респективно до преодоляване на значителните регионални различия по отношение на реализираните проекти.

17.3. Разработване на методика и внедряване на система за туристически мониторинг на културно-историческите обекти на ниво община;

17.4. Подобряване на събираемостта на приходите от входни такси и билети за културно-историческите обекти чрез въвеждането на нови технологии за таксуване /например, билети с електронен чип/.



18. ИСС разбира неотменната задача на държавната власт за осигуряване на **важния приоритет на Стратегия “Европа 2020” - интелигентен растеж** чрез изграждане на икономика, основана на знания и иновации. Съветът е убеден, че постигането на такъв растеж изисква иновационни подходи и прилагане на нови форми на обучение и квалификация на човешкия ресурс чрез:

18.1. Изграждане на постоянно партньорство между ВУЗ и професионалните училища по туризъм - от една страна, и туристическия бизнес, местната власт и неправителствените организации в областта на културно-историческия туризъм – от друга, за провеждането на маркетингови проучвания и анализи, студентски стажове в областта на екскурзоводското, анимационното, туристическо - информационното обслужване на туристите и други. ИСС смята, че така ще се създаде мотивация сред младите хора за работа в местните туристически организации, както и разбиране и чувство на гордост от спецификата на местното културно наследство;

18.2. Създаване на регионални междууниверситетски програми и мрежи за обучение и бизнес инкубатори в области, свързани с развитие на културно-исторически туризъм, опазване на културно-историческото наследство, подпомагане на нови културни индустрии;

18.3. Създаване на система и механизъм за наблюдение на професионалната реализация, мобилност и кариерно развитие на завършилите специалности по туризъм и културен туризъм във ВУЗ и училищата по туризъм. ИСС е убеден, че така ще се обективизира процесът на планиране за нуждите на учебните заведения и туристическите предприятия за различни видове специализиран туризъм и на първо място – културно-исторически туризъм.;

18.4. Стимулиране на процеса на създаване на центрове за продължаващо обучение в региони с богато културно-историческо наследство /интегрирани към академични заведения или самостоятелни/, предлагащи набор от квалификационни курсове, свързани с професии в областта на културния туризъм. Във връзка с това ИСС подчертава необходимостта от актуализиране на Списъка на професиите в областта на съвременния културно-исторически туризъм.

**/п/**

**проф. д-р Лалко Дулевски**

**ПРЕДСЕДАТЕЛ НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ И СОЦИАЛЕН СЪВЕТ**